

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.02.02 Бизнес-аналитика

38.04.02 Менеджмент

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие бизнес-модели организаций	ОПК-4.3	знает современные информационно-аналитические системы и платформы, применяемые для сбора, анализа данных и автоматизации процессов в маркетинге и продажах
	Использует современные информационно-аналитические системы для решения управленческих и исследовательских задач в деятельности хозяйствующих субъектов	умеет применять функционал информационно-аналитических систем для анализа эффективности маркетинговых кампаний, прогнозирования продаж и сегментации клиентской базы
		владеет навыками навыками работы с современными информационно-аналитическими системами (CRM, BI-платформы, системы веб-аналитики) для решения управленческих задач в области цифрового маркетинга и управления продажами

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. «Бизнес-анализ в управлении клиентским опытом и сквозными процессами»			
1.1.	Бизнес-анализ как новая концепция аналитики в организации	1	ОПК-4.3	Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.2.	Объекты, структура и информационное обеспечение бизнес-анализа	1	ОПК-4.3	Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.3.	Анализ потребительского поведения и прогнозирование спроса	1	ОПК-4.3	Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
	Промежуточная аттестация			За

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
2	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Бизнес-аналитика"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

*Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)*

Вопросы к зачету по дисциплине «Бизнес-аналитика»
2025-2026 учебный год

1. Дайте определение бизнес-анализа согласно концепции ВАВОК.
2. Назовите основные концепты бизнес-анализа и раскройте их сущность.
3. В чем заключается различие между бизнес-аналитиком и системным аналитиком?
4. Опишите роль бизнес-аналитика в современной организации.
5. Каковы основные этапы развития бизнес-анализа как концепции?
6. Что такое «требование» в бизнес-анализе? Назовите типы требований.
7. Опишите различия между бизнес-требованиями, требованиями стейкхолдеров и требованиями решения.
8. Что такое «ценность» в контексте бизнес-анализа и как она связана с потребностями?
9. Раскройте понятия «дизайн» и «план» в бизнес-анализе.
10. Как взаимосвязаны бизнес-модель и стратегия компании?
11. Кто такие стейкхолдеры? Приведите примеры ключевых стейкхолдеров компании.
12. Каковы типичные требования собственников, менеджеров и персонала?
13. Опишите методы выявления и классификации стейкхолдеров.
14. Как проводится анализ влияния и заинтересованности стейкхолдеров?
15. Что такое метод MoSCoW и как он применяется для приоритизации требований?
16. Дайте определение бизнес-процесса. Назовите виды бизнес-процессов.
17. Что такое «владелец процесса» и какова его роль?
18. Опишите этапы анализа и оптимизации бизнес-процессов («как есть» → «как надо»).
19. Что такое бизнес-модель? Назовите основные типы бизнес-моделей.
20. В чем суть архетипов бизнес-моделей MIT?
21. Что такое Business Intelligence (BI) и какова его роль в бизнес-анализе?
22. Чем отличается BI от OLAP?
23. Каковы основные компоненты BI-платформы?
24. Какую роль играет бизнес-аналитик в разработке систем отчетности?
25. Что такое интегрированный отчет об устойчивом развитии и каково его содержание?
26. Какие методы сегментации потребителей вы знаете? В чем их преимущества и недостатки?
27. Опишите алгоритм кластерного анализа (K-means) для сегментации клиентов.
28. Что такое RFM-анализ и как он применяется в маркетинге?
29. Какие модели используются для прогнозирования спроса на основе временных рядов?
30. В чем разница между ARIMA, Prophet и LSTM?
31. Как регрессионный анализ используется для прогнозирования спроса?
32. Что такое Customer Journey Map и как она строится?
33. Как анализируется воронка продаж и какие метрики используются?
34. Что такое LTV (Lifetime Value) и как его прогнозируют с помощью ML?
35. Как строится модель прогнозирования оттока клиентов (Churn Prediction)?
36. Какие методы сбора требований вы знаете? Опишите их.
37. Что такое теория ограничений систем (ТОС) и как она применяется в бизнес-анализе?
38. Как проводится анализ рисков в бизнес-анализе?
39. Какие ключевые области знаний описаны в ВАВОК?
40. Как бизнес-аналитик взаимодействует с маркетинговыми командами в цифровой среде?
41. Как бизнес-анализ помогает в управлении клиентским опытом (CX)?
42. Какие данные используются для прогнозирования LTV в e-commerce?
43. Как методы ML применяются для персонализации маркетинговых коммуникаций?
44. Какие показатели эффективности (KPI) используются для оценки успешности маркетинговых кампаний?
45. Как бизнес-анализ способствует повышению рентабельности инвестиций в маркетинг (ROMI)?

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)